

DIPLOME	Licence d'Information et Communication (INFOCOM)
PARCOURS	Pas de parcours pour ce diplôme
ANNÉE D'ÉTUDES	Licence niveau 3
INTITULÉ DU COURS	Analyse des produits médiatiques et communicationnels
ENSEIGNANT(S)	Khaled ZOUARI
Adresse de contact	khaled.zouari@uca.fr
TYPE DE COURS	CM + TD
NOMBRE D'HEURES	10h CM et 10h TD
LANGUE D'ENSEIGNEMENT	Français
TYPE D'ENSEIGNEMENT	
CAPACITÉ D'ACCUEIL LIMITÉE	Oui
SI OUI NOMBRE DE PLACES OUVERTES	90
OUVERT AUX ETUDIANTS ÉTRANGERS	Oui
SI OUI NOMBRE DE PLACES OUVERTES	2
PRÉ-REQUIS	

OBJECTIF DU COURS

Connaitre les méthodes d'analyses des produits médiatiques et communicationnelles.

Savoir analyser les produits médiatiques et les supports communicationnels.

Travailler sur des études de cas et des exemples de mise en situation professionnelle sur les produits médiatiques et communicationnels (supports de presse, programmes de télévision et de radio, films, sites web, réseaux sociaux...).

DESCRIPTIF DU COURS

Ce cours (CM/TD) aborde les thèmes suivants :

Les produits médiatiques et communicationnels : définition, typologies, etc

Retrouvez votre emploi du temps sur : <https://ent.uca.fr>

Retrouvez les coordonnées de votre secrétariat pédagogique : <https://lcc.uca.fr/lufr/services-administratifs>

Médias et TIC : l'instance de production, l'instance de réception, les discours, les messages, les figures des publics.

Les grilles d'analyse de la presse.

Les grilles d'analyse de la télévision.

Les grilles d'analyse des programmes radiophoniques.

Les grilles d'analyses des sites web.

Les grilles d'analyses des blogs.

Les grilles d'analyses des réseaux sociaux.

BIBLIOGRAPHIE / SITOGRAFIE

Jean De Bonville, L'analyse de contenu des médias. De la problématique au traitement statistique. De Boeck Supérieur, 2006.

Jean-Michel Saillant, Comprendre les médias. Comment analyser les médias? Ellipses, 1998.

Jean-Pierre Soulages, L'analyse de discours. Sa place dans les sciences du langage et de la communication. Hommage à Patrick Charaudeau, Rennes, PUR, 2015.

François Jost, Comprendre la télévision et ses programmes, Paris, Armand Colin, 2009.